

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah Ritel Topsell Jombang beralamat di Jalan Gus Dur No. 113, Candi Mulya, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Singarimbun dan Efendi (2006:5) mengatakan “*Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesa dengan menggunakan data yang sama. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research* karena ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel promosi dan layanan purnajual dengan keputusan pembelian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli pada Konter *Smartphone* Topsell Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri. Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap mempresentasikan populasi karena peneliti tidak mungkin di adakan kepada seluruh populasi, sampel juga disebut wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada di dalam populasi.

Teknik pengambilan sampel adalah *judgmental sampling*, menurut Singgih dan Tjiptono (2000:90) yaitu merupakan teknik non *probability sampling* dengan orang yang sesuai dan terseleksi oleh peneliti berdasarkan ciri – ciri khusus yang dimiliki oleh sampel tersebut sehingga dipandang mempunyai kaitan dengan ciri – ciri sampel yang dibutuhkan peneliti. Ciri yang digunakan dalam sampel penelitian yaitu responden memiliki tingkat usia di atas 17 tahun dengan pertimbangan bahwa usia tersebut responden memiliki pemahaman yang baik atas kuesioner yang diberikan dan responden adalah pembeli pada Konter *smartphone* Topsell Jombang. Dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan dasar teori dari Sugiono, (2010:118) bahwa dalam melakukan penelitian ukuran sampel yang layak dalam melakukan penelitian itu berkisar antara 30 sampai 500 responden.

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, menurut Indriantoro dan Supomo (2006:146) data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam hal ini data diperoleh dari kuesioner yang

diberikan kepada responden yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang mengarah pada penelitian yang dilakukan dan selanjutnya akan dianalisis untuk dijadikan pembahasan. Data primer dalam penelitian ini yaitu mengenai hasil penyebaran kuesioner mengenai pengaruh promosi dan layanan purnajual terhadap keputusan pembelian.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ilmiah terdapat beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpul data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan yang dipergunakan adalah: kuesioner (angket), menurut Sugiyono (2004:135), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden mengenai pengaruh promosi dan layanan purnajual terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, di mana alternatif jawaban telah disediakan.

3.6 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Menurut Indriantoro dan Supomo (2006:61) variabel adalah sebagai suatu karakteristik, ciri, sifat, watak, atau keadaan yang melekat pada seseorang atau obyek. Dalam penelitian terdapat dua macam variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel-variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel-variabel bebas yaitu bauran pemasaran yang meliputi promosi dan layanan purnajual sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Item
Promosi (X_1), Merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya, membujuk dan mengingatkan para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk yang dipromosikan (Kotler, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan ($X_{1.1}$) 2. Promosi Penjualan ($X_{1.2}$) 3. Penjualan pribadi ($X_{1.3}$) 	<ol style="list-style-type: none"> a. Iklan menarik b. Diskon yang diberikan menarik perhatian c. Sales memberikan informasi secara jelas
Layanan Purnajual (X_2), Pelayanan purna penjualan adalah pelayanan yang diberikan oleh penjual setelah jual beli dan setelah penyerahan barang dan jasa (Tjiptono, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garansi Produk ($X_{2.1}$) 2. Suku cadang ($X_{2.2}$) 3. Perbaikan produk ($X_{2.3}$). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garansi produk sesuai dengan pemenuhan janji (<i>service smartphone</i> maksimal 1 bulan setelah transaksi) 2. Ketersediaan suku cadang 3. Perbaikan produk cepat.
Keputusan pembelian (Y), Suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian setelah terlebih dahulu melakukan berbagai pertimbangan yang disesuaikan dengan kemampuannya (Tjiptono, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk. ($Y_{1.2}$) 2. Kebiasaan membeli produk ($Y_{1.1}$) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemantapan dalam melakukan pembelian 2. Memiliki kebiasaan membeli produk karena penggunaan produk sebelumnya.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Adapun teknik pengukuran variabel yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiono (2006:86), merupakan skala yang dikembangkan melalui metode likert, di mana subyek harus diindikasikan berdasarkan tingkatannya berdasarkan berbagai pernyataan yang berkaitan dengan perilaku suatu obyek. Kesemua nilai pernyataan tersebut kemudian digabung sehingga dapat diperoleh nilai total yang dapat menggambarkan obyek yang diteliti.

Dalam penelitian ini setiap jawaban atas variabel bebas digunakan sistem skor/nilai dengan dasar Likerts, sebagai berikut: Jawaban responden dibagi menjadi lima bagian yaitu: untuk Jawaban a. (sangat setuju) diberi skor 5, untuk jawaban b. (setuju) diberi skor 4, untuk jawaban c. (Netral) diberi skor 3, untuk jawaban d. (tidak setuju) diberi skor 2 dan untuk jawaban e (sangat tidak setuju) diber skor 1

3.8 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Widayat (2005:87) validitas adalah suatu pengukuran yang mengacu pada proses dimana pengukuran benar-benar bebas dari kesalahan sistimatis dan kesalahan random. Pengukuran yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, digunakan validitas *Pearson* berdasarkan rumus korelasi *product moment*. Adapun kriteria pengujiannya adalah:

Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95% dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan 95%.

Nilai r hitung dapat diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor Total

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006:178) “Reliabilitas menuju pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Arikunto (2006:178), “Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini menggunakan statistika dengan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σt^2 = varians total

Koefisien alpha, atau *Alpha Cronbach* adalah rata-rata semua hasil pembagian setengah koefisien yang memungkinkan didapat dari pembagian macam cara pembagian skala item. Koefisien ini menyimpang dari 0 sampai 1, dan nilai 0,6 atau kurang, umumnya menunjukkan ketidakhandalan internal konsistensi reliabilitas. Sehingga instrumen dapat dikatakan reliable bila memiliki koefisien reliabilitas $\geq 0,6$

3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui variabel-variabel yang digunakan layak dalam model analisa regresi linier berganda, dilakukan uji persyaratan asumsi klasik yang meliputi uji sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. (Wiyono, 2011:149) mengungkapkan bahwa model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 45° . Kenormalan data yang akan dianalisis merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Deteksi adanya kenormalan dalam model regresi yang diperoleh dapat dilihat dari grafik normal P-P Plot dan hasil analisis menggunakan program SPSS. Apabila titik-titik yang terbentuk mendekati garis diagonal dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji apakah data normal atau tidak dengan cara analisis grafik dan analisis statistic sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi

diantara variabel independen. Model regresi yang mengandung multikolinearitas menyebabkan kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel bebas, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar, dan probabilitas akan menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi ada beberapa cara, yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antara variabel bebas dalam regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan metode menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah yang diprediksi dan sumbu Y adalah residual. Dasar pengambilan keputusan yang diambil adalah sebagai berikut (Ghozali, 2006):

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang mensyaratkan adanya konstanta (*intercept*) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2016:107). Secara umum nilai *Durbin Watson* yang bisa diambil patokan menurut Santoso (2005:219) adalah:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti autokorelasi negatif.

3.10 Analisis Data

1. Regresi Linear berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisa regresi adalah prosedur statistik untuk menganalisa hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Jika terdapat dua atau lebih variabel bebas maka menggunakan analisa regresi linear berganda. Dengan demikian dapat diketahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Malhotra, 2004:502). Selanjutnya, rumus yang dapat digunakan sebagai perhitungan analisa regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b : Beta (Koefisien Regresi)

X₁ : Variabel Promosi

X₂ : Variabel layanan purnajual

3.11 Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh parsial dan *independent* terhadap variabel *dependent*. Tahap dalam Uji t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

a) $H_0 : b_1 = 0$

Berarti variabel *independent* X_i tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* Y

$$b) H_1 : b_1 \neq 0$$

Berarti variabel *independent* X_i mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* Y .

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah $\alpha = 5\%$ atau *confidence interval* 95% dan dengan *degree of freedom* atau df $(n-k-1)$ dimana k merupakan jumlah variabel *independent* atau variabel *regresor*.

3) Menghitung nilai t_{hitung} (Sujana, 2002:68)

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien Regresi (b)}}{\text{Standard Deviasi}}$$

4) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{Tabel}

Hipotesis nol akan diterima atau ditolak dengan ketentuan sebagai berikut:

$t_{hitung} < t_{Tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak

$t_{hitung} \geq t_{Tabel}$ berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak

2. Uji Dominan

Dalam penelitian ini, cara untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah dengan membandingkan nilai *standarized coefficient* (Beta) pada tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi adalah 5% dimisalkan jika nilai koefisien beta untuk X_2 (layanan purnajual) > nilai koefisien beta untuk X_1 (promosi) maka dapat dikatakan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah variabel layanan purnajual.